

УДК 81'42

Говорухина О.Н.

Лингвистическая школа

при Московском институте иностранных языков

**ЭЛЕКТРОННО-РЕЧЕВОЙ ЖАНР «ФИЧЕ»
КАК УСЛОВИЕ РЕАЛИЗАЦИИ КОМПЬЮТЕРНОГО
ГИПЕРТЕКСТА (НА МАТЕРИАЛЕ БРИТАНСКОЙ
ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОЙ ИНТЕРНЕТИКИ)**

O. Govoruhina

School of Linguistics Under Moscow Institute of Foreign Languages

**DIGITAL GENRE "FEATURE" IN TERMS OF COMPUTER HYPERTEXT
(STUDIED ON THE MATERIALS OF BRITISH ONLINE JOURNALISM)**

Аннотация. В статье на основе когнитивно-дискурсивного метода рассматривается электронный публицистический жанр «фиче» в качестве условия и формы функционирования электронного гипертекста в компьютерно опосредованной коммуникации. Электронный гипертекст предстает сложной языковой материей, сочетающей в себе различные когнитивно-дискурсивные структуры, а электронный речевой жанр «фиче» – полижанровым образованием, в рамках которого гипертекст приобретает синергетический эффект, усиливающий информационно-прагматическую функцию гипертекста.

Ключевые слова: сознание, социум, коммуникация, текст, гипертекст, дискурс, контекст, речевой жанр, функциональный стиль, стиль жанра.

Abstract. Based on cognitive and discursive approaches the article views the digital genre "feature" as a form and a condition of functioning of digital hypertext in computer-mediated communication. As a result, digital hypertext appears to be a complicated and sophisticated language substance combining various cognitive and discursive structures, whereas the digital genre "feature" tends to be a multi-structural formation in terms of which hypertext acquires a synergetic effect intensifying its informational and pragmatic functions.

Key words: consciousness, society, communication, text, hypertext, discourse, context, genre, functional style, style of genre.

В статье рассматривается электронный речевой жанр «фиче» как одна из полиструктурных форм электронной коммуникации, осуществляемой на базе компьютерного гипертекста.

В качестве теоретических предпосылок статьи предлагаются следующие теоретические положения:

– современное толкование компьютерного гипертекста ориентировано преимущественно на его внешнюю, техническую организацию, без учета технологического, смыслового аспекта, и электронный жанр в этой связи толкуется как классификационное понятие анализа фактуального содержания; в статье гипертекст рассматривается в смысловом аспекте, а электронный жанр – как коммуникативная форма трансляции фактуального содержания, обогащающая последнее прагматической семантикой;

– прагматизм и технологизм не только определяют внешнее композиционное и языковое оформление гипертекста, разрушая его линейную организацию, они являются одновременно фундаментальными категориями, которые предотвращают смысловой разрыв процесса коммуникации, опосредованного Интернетом, ибо у них есть внутренняя когнитивно-дискурсивная организация, основу которой составляют способы текстуализации, т. е. способы сцепления фрагментов текста в единое целое: когнитивные, социокультурные, дискурсивные,

лично-психологические и технологические;

– динамическая система «гипертекст – электронный жанр» зиждется на процессе превращения внутреннего (гипертекст) во внешнее (речевой жанр). Эта диалектика образует основу современной методологии лингвистики – когнитивно-дискурсивный подход, который спроецирован на изучение интенциональности (значения и смысла) жанрово- и стилоформленных текстов. Нагромождение многочисленных факторов и контекстов в рамках гипертекстовой материи и ее конкретной жанрово-стилевой организации обуславливают как сложную сетевую организацию субъективной информации (антропологизм), так и ее языковую организацию (дискурсивность).

Появление компьютеров и распространение всемирной компьютерной сети Интернет привело к созданию глобальной информационной среды, особых виртуальных миров, сетевых сообществ, сетевой культуры и сетевого языка. Манипулирование символами и словами, предложениями и целыми текстами в условиях интернет-среды привело к формированию феномена *гипертекста*.

Электронный гипертекст функционирует в совершенно иных условиях, нежели традиционный бумажный текст – в интернетном пространстве и компьютерной среде, что отражается на его строении и оформлении. Хорошо известные вербальные и невербальные средства трансформируются в нем, приобретая новый смысл.

Несмотря на то, что термин «гипертекст» уже широко употребляется в различных значениях, его определение до сих пор является неоднозначным и многоаспектным.

Открытым остается вопрос о том, является ли гипертекст простой разновидностью текста, или же это принципиально иная форма организации информации. Для ответа на этот вопрос в статье предлагается рассмотрение эволюционной цепочки понятий: *генотекст* – *текст* – *гипертекст*, которая символизирует процесс накопления свойств в связи с условиями развития базисного по-

нятия «текст» и превращения его в мозаику, состоящую из множества фрагментов, соединяющихся между собой и дополняющих друг друга, что и дает в конечном счете такое образование, как *гипертекст*.

Генотекст – термин, определяющий глубинное основание текста, полагаемый вне лингвистических структур языка. Он представляет собой неструктурированную смысловую множественность, уровень становления и развития динамических и ментальных образований, лишенных семантико-грамматической определенности и характера линейной речевой последовательности [6, с. 115-135]. Основу его репрезентации образуют ритмические структуры.

Традиционное определение текста трактуется как целостность множества предложений, связанных между собой определенным смыслом. В статье речь идет не просто о тексте как языке, превращенном в материю, или языке как целостной форме, скроенной из этой материи, а о тексте как о превращенном *употребленном языке* в его электронном модуле. Такое толкование текста предполагает включение человека в парадигму «информация – язык», трансформируя таким образом текст из традиционно понимаемого языкового объекта в *человекоразмерный* объект, т. е. объект, в котором соединены мышление и социум. Данное утверждение мотивирует систему способов текстуализации, связанную с условиями когниции и коммуникации.

Последнее определяет сущностную специфику способов текстуализации: когнитивный (ментальный), коммуникативно-дискурсивный (семиотический), компьютерный (технологический). Синтез этих способов текстуализации составляет в конечном счете концептуальную основу гипертекста как двухуровневую концептуальную структуру: традиционный **линейный** текст с многоаспектной композицией, представляющей собой сложную составную систему с внутренней (ментальной и семиотической) и внешней (лингвистической) сторонами и **иерархический** текст с *гипервнешней*, компьютерной композицией, символизирующей нелиней-

ную сетевую организацию, которая придает языковому тексту статус нового модуса языка наряду с письменным и устным модусами.

Типология способов текстуализации подразделяется на *базисные, ситуационные и компьютерные*. К базисным относятся когнитивные, ментальные способы, которые носят ноосферный (разумный) характер, учитывая *человекообразность* текста:

1) речемыслительные структуры: описание, сообщение, рассуждение; они составляют первичную хронотопную категоризацию речемыслительного процесса, образуя композиционно-речевую составляющую интегративной текстуализации;

2) информационно-интенциональный способ текстуализации, объективированный в структурно-функциональных типах текста (информационный, аналитический, оценочный, метафорический); он входит в систему вторичной категоризации.

К ситуационным способам текстуализации относятся:

1) коммуникативно-экологические способы, соотнесенные с формами общественного сознания и объективированные в функциональной стилистике (официальный, научный, публицистический и другие стили);

2) дискурсивные способы текстуализации связаны с внешним социально-языковым оформлением текста, включающие в себя различные модели языковых комбинаций.

К компьютерным способам текстуализации относятся технико-технологические способы, создающие *гипервнешнюю* композицию, которая состоит минимум из трех основных единиц: *гипотекстов, сети связей и системы навигации*.

Гипотекст является минимальной текстовой единицей гипертекста и представляет собой минимальный блок или отрезок текста, предельный модуль, содержащий законченную мысль, логически завершенную идею, высказывание, рубрику и т. д.

В отличие от структурно-семантических единиц линейного текста (композиционно-речевых форм, сверхфразовых единств и аб-

зацев), гипотексты не подлежат соединению в строго определенной последовательности. В гипертексте предполагается множественное перекрестное соединение гипотекстов с помощью системы связей и системы навигации (гиперссылок). Они образуют гипертекстовый синтаксис.

Гиперссылка – это знак особого рода в тексте-источнике, имеющий определенную форму (слово, предложение, визуальный элемент) и содержащий встроенный, чаще всего невидимый для пользователя указатель (узел) на другой текстовый блок (объект гиперссылки) в формате URL [1, с. 387].

Основной функцией гиперссылки в техническом смысле является обеспечение связи узлами сети. Читатели воспринимают гиперссылку как эксплицитно выраженную связь между элементами гипертекста, а связанные ссылками элементы воспринимаются как тематически родственные. Кроме вышесказанного, гиперссылка является прагматически сильной позицией гипертекста, которая, благодаря своим визуальным характеристикам, в первую очередь привлекает внимание читателя.

Гиперссылка имеет цветовое оформление и подчеркивание, что непременно привлекает внимание читателя. Заинтересованный читатель, дойдя до гиперссылки, может прервать линейное чтение текста-источника и, перейдя по гиперссылке, открыть новый текстовый блок. Ссылаемые темы, в свою очередь, могут послужить отправной точкой для дальнейшего поиска материалов. Этот процесс экстраполяции может продолжаться неограниченно долго. Таким образом, несмотря на то, что составляющие гипертекст фрагменты разнообразны, они связаны ассоциативно и тематически, а гипертекст, в котором они функционируют, приобретает иерархическое строение и потенциальную смысловую структуру. Помимо этого, ссылки, организуя особым образом поверхностное пространство гипертекста посредством лексико-грамматических средств, объединяют все его элементы в единую коммуникативно-языковую материю.

Глобальная сеть унаследовала от своего раннего прообраза децентрализованное и неиерархическое устройство – в ней нет центрального пункта, контролирующего информационные потоки. Это касается и структурной нелинейности гипертекста, и, как следствие, он характеризуется открытостью и незамкнутостью, отсутствием четко очерченных границ, маркеров начала и конца, центра и периферии.

Интеграция перечисленных способов текстуализации в единое целое определила основные категориальные характеристики «гипертекста» как когнитивно-коммуникативного образования: электронный язык; интерессубъективность; полимедийность; поликодовость, которые обретают свою определенность в системе электронных жанров и их стилевой оформленности.

Под речевым жанром понимается типовая целесообразная структура организации коммуникативного процесса, мотивированная типизированными целеустановками. Речевой жанр – это процессная структура. Носителями этого процесса выступают коммуниканты, определяющие диалогичность дискурсивного оформления и завершающие стилевое оформление гипертекста. Субстанцией этого оформления выступают константные ситуации и соответствующие им контексты [3, с. 56-57].

Диалогичность проявляется в таких свойствах коммуникации, как контекстная – дистантная коммуникация; подготовленная – неподготовленная, эмоциональная – неэмоциональная и др.

В данной статье рассматривается электронный жанр *feature* (*фиче*), который является одной из разновидностей эмоциональной публицистики.

Существенным признаком фиче-текстов является их тематическая привязанность в сочетании с освещением той или иной темы с особой, *занимательной* стороны, которое добавляет к канве событий элемент человеческого интереса и индивидуально-авторское видение. Тексты данной группы ориентированы на воздействие, характер которого обусловлен общей направленностью на достижение художественно-эстетического эффекта.

Внешнее оформление фиче в Интернете обусловлено особенностями компьютерных технологий и отличается высокой степенью организации материала и тщательно выстроенными межтекстовыми связями. Как и их печатные аналоги, электронные фиче характеризуются достаточно свободной структурой, отличной от фиксированной структуры информационных текстов, построенных по принципу «inverted pyramid» (перевернутой пирамиды), который предполагает, что все самое важное должно сообщаться в начале текста. Структура же фиче более напоминает обычную пирамиду, поскольку окончание статьи здесь не менее, а, возможно, даже более важно, чем ее начало [5, с. 66].

В качестве иллюстрации изложенных в статье положений были использованы фиче-жанры, размещенные на сайте британской газеты *The Guardian*. Они, как и многие существующие сейчас в Интернете гипертекстовые системы, имеют стержень, к которому прикрепляются остальные информационные блоки. Очень часто таким стержнем является первая страница сайта (*Home page*), которая кратко поясняет содержание сайта и указывает возможные пути дальнейшего поиска информации. Интернетовская страница *The Guardian* также начинается со страницы *Home page*, на которой присутствуют анонсы статей, в том числе и фиче-текстов. Такой анонс включает заголовок, начало сообщения, соответствующее фото и гиперссылку на полный текст сообщения. Анонсы сообщений обычно состоят из односоставных или двусоставных коротких предложений, что в целом отвечает привычке читателя к просмотровому чтению с экрана монитора.

Композиция электронного речевого жанра «фиче», как и его печатный аналог, традиционно состоит из заголовочного комплекса, введения, основной части и заключения, являющихся компонентами горизонтальной структуры произведения, которая образует тональность произведения, базу его общей экспрессивности. Каждое из этих звеньев сопровождается внутренней частичной целеустановкой.

Традиционно заголовок выполняет две основные функции: привлекает внимание читателя; обозначает основную идею/проблему статьи.

Для заголовков статей электронного речевого жанра «фиче» характерно наличие ключевых слов, назначение которых – привлечь внимание читателя-пользователя и ознакомить его с тематикой статьи.

Следующей важной составляющей любой фиче является лид (the lead). Это первый вводный абзац текста, дающий читателю основное представление о сообщаемом содержании, который в корреспондентской среде называют *the hook* (англ. «крючок»). С его помощью авторы фиче-статей словно «ловят» читателя «на крючок», провоцируя его внимание неоднозначными или нестандартными формулировками, при этом предоставляя ключевую информацию в сжатом виде. Уже в вводном абзаце автор задает тон, виден его особый стиль, и устанавливаются доверительные отношения с читателем [10, с. 150-162].

Кроме лида и обыкновенного заголовка, в фиче встречаются и другие виды заголовков, а именно:

- подзаголовок (или сопутствующий) заголовков;
- внутренний (или внутритекстовый) заголовков;
- надзаголовок;
- «шапка» (или объединяющий заголовок).

Серединная часть фиче состоит из нескольких абзацев, которые могут включать следующие компоненты:

- подзаголовки;
- факты и статистические данные, подтверждающие точку зрения автора;
- личные мнения автора;
- мнения специалистов и экспертов;
- цитаты, интервью;
- забавные истории или анекдоты;
- фотографии, таблицы, схемы, диаграммы и т. п.

И, наконец, в заключении автор подводит итоги, акцентируя главную идею. Журналист также может предложить те или иные спо-

собы решения этой проблемы, заставить читателя задуматься над ней и даже поменять свое мнение и отношение к проблеме.

Идентичность текстологических свойств гипертекста – электронная форма текста, мультимедийность, поликодовость, интерактивность – конкретизируется в рамках рассматриваемого жанра.

Так, электронная форма представления текста вообще и фиче, в частности, тесно связана с понятием виртуальности, так как физическое существование текста происходит в виртуальном пространстве компьютерной сети. Виртуальность является следствием так называемой «дигитализации» традиционного текста, т. е. двойной системы кодирования сообщения как в языковом, так и в бинарном цифровом коде [11, с. 59-61].

Мультимедийность электронных речевых жанров определяется наличием разнообразных электронных сред: шрифтов, графического оформления, наличия визуальных, звуковых, а также аудио-визуальных компонентов, т. е. различных атрибутов компьютерных технологий, что неминуемо проявляется и в построении текста [11, с. 67-71].

Поликодовость связана с тексто-кодовой объективизацией мультимедийности. Текстовая основа дополняется фотографиями, рисунками, картами и схемами, а также звуковым сопровождением, что создает особые условия восприятия информации и способствует акцентуализации и выдвигению основных идей в тексте. Иллюстрацией этому может служить следующий пример (рис. 1).

Активация изображения приведет к появлению на экране нового изображения, и тогда статья будет иметь следующий вид (рис. 2).

Как правило, авторы поликодового произведения строят его композицию так, чтобы реципиент смог достаточно быстро получить оптимально точное представление об объекте или явлении. Для этого используются такие компоненты, как масштаб, графика, изменение размера шрифта и ряд других.

Шрифтовая организация электронного речевого жанра «фиче» не так разнообразна, как организация его печатного аналога.

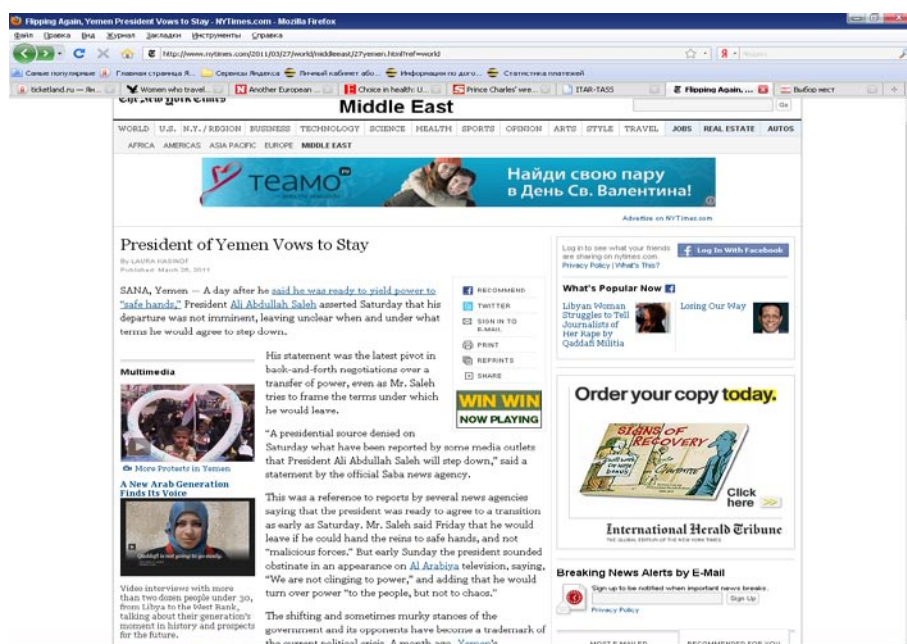


Рис. 1

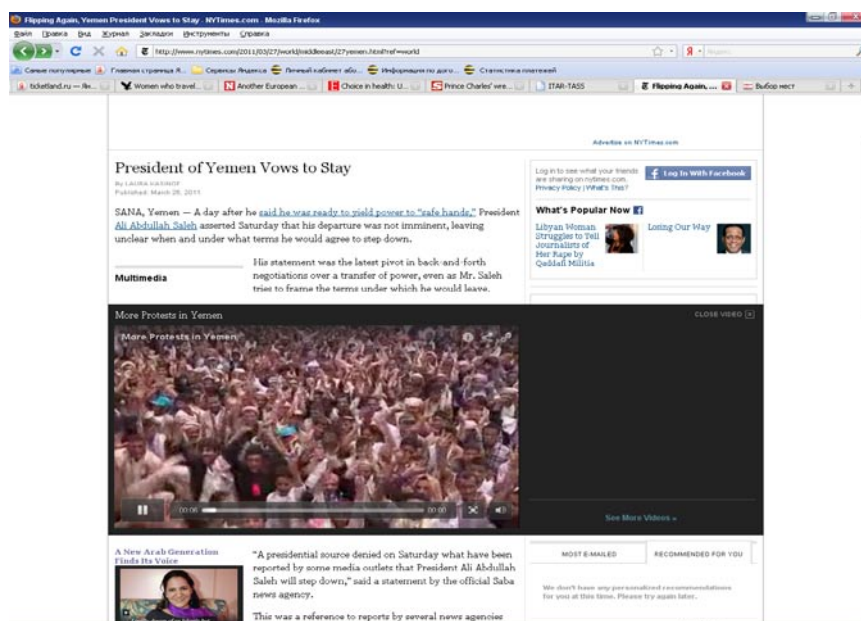


Рис. 2

Цветовое решение в интернет-версиях, как правило, достаточно традиционное: синим цветом с подчеркиванием обозначаются гиперссылки, увеличенным шрифтом с жирным выделением оформляется заголовок, курсивом – лид.

Интерактивность как процесс смыслового общения преобладает в электронных текстовых жанрах в ущерб межличностному общению. Но в гипертекстовом жанре «фиче» в связи с его эмоциональностью адресованность приобретает особое значение, что связано:

1) с жанрово-стилевой опосредованностью коммуникации: этот вид интерактивности – общение людей друг с другом при помощи компьютера и телекоммуникационных сетей – предполагает дискуссию, диалог, обмен мнениями;

2) с возможностью одновременной коммуникативной активности нескольких коммуникантов, что выражается в полилоговой организации общения.

Интерактивность на уровне строения жанра проявляется в сквозном характере композиционно-речевой формы (КРФ) «констатирующее сообщение», перебиваемой КРФ «повествовательное сообщение» и «описание». В том случае, если автор добавляет свои комментарии, то в структуре жанра появляется и КРФ «рассуждение», а, следовательно, жанр «фиче» приобретает полиформовую композицию. Очень часто в исследуемом жанре просматриваются характеристики таких жанров, как статья, рецензия (аналитические жанры), интервью, репортаж (информационные жанры), а также очерк, фельетон (художественно-публицистические жанры), что указывает на то, что фиче является полижанровым образованием, которое в последнее время все чаще проникает в аналитическую и информационную журналистику.

Полижанровость также влияет на эмоционально-экспрессивную сторону, что проявляется в тональности текста. Она создает то или иное настроение, ведет читателя, ориентирует его, воздействует на него. Полиформовая композиция электронного жанра «фиче» предполагает наличие различных тональностей локального значения, которые в совокупности составляют его интонационный строй.

В заключение следует подчеркнуть, что электронный гипертекст – это языковая материя, скомбинированная сложными информационными переплетениями. Речевой жанр, являясь условием функционирования гипертекста, выступает посредником между текстом и читателем, а в данном случае – и формой коммуникативного взаимодействия людей в компьютерно опосредованной коммуникации. В результате электронный текст предстает сложным семи-

отическим произведением, имеющим определенную прагматическую установку, обуславливающую функциональную, содержательную и структурную целостность статьи. Как следствие, электронный речевой жанр «фиче» становится динамичным, лишь относительно завершенным и целостным образованием.

Кроме того, гипертекст, превращенный в конкретный речевой жанр «фиче», приобретает синергетический эффект, т. е. сочетает все вышеназванные характеристики в единую систему, в результате чего информационная и прагматическая функции гипертекста достигают наивысшего эффекта.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Большая компьютерная энциклопедия. – М.: ЭКСМО, 2007. – 480 с.
2. Борботько Л.А. О разграничении понятий «метатекст», «паратекст», «интертекст» и «сверхтекст» // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». 2011. – № 2. – С. 19-23.
3. Брандес М.П. Стилистика текста. Теоретический курс. – М.: Прогресс-Традиция, Инфра-М, 2004. – 413 с.
4. Горошко Е.И. Теоретический анализ Интернет-жанров // Жанры речи. Выпуск 5. «Жанр и культура». – Саратов: Издательский центр «Наука», 2007. – С. 370-389.
5. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. – М.: УРСС Эдиториал, 2009. – 286 с.
6. Кристева Ю. Избранные труды: Разрушение поэтики. – М.: РОССПЭН, 2004. – 656 с.
7. Лунькова Л.Н. Структурные и функциональные особенности дискурса // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». 2010. – № 1. – С. 67-71.
8. Москальчук Г.Г. Структура текста как синергетический процесс. – М.: УРСС Эдиториал, 2003. – 296 с.
9. Рязанцева Т.И. Гипертекст и электронная коммуникация. – М.: Изд-во ЛКИ, 2009. – 265 с.
10. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
11. Щипицина Л.Ю. Дигитальные жанры: проблема дифференциации и критерии описания // Коммуникация и конструирование социальных реальностей. Часть 1. Сб. научн. ст. – СПб., 2006. – С. 377-378.
12. Askehave In., Nielsen A.E. What are the Characteristics of Digital Genres? – Genre Theory from a Multi-modal Perspective // Proceedings of the 38th Hawaii International Conferences on System Sciences. 2005. – 51 p.
13. Crystal D., Language and the Internet. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 282 p.